

TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)

**PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
(ANALISIS JASA AKSES INTERNET CAKUPAN TERBATAS)**



UNIVERSITAS TERBUKA

**TAPM Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Magister Manajemen**

Disusun Oleh :

INDRA SARI KUSUMA WARDHANA

NIM.500636276

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA
JAKARTA**

2016

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER PEMASARAN**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Indra Sari Kusuma Wardhana
NIM : 500636276
Program Studi : Magister Pemasaran
Judul TAPM : Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Analisis Jasa Akses Internet Cakupan Terbatas)

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Tugas Akhir Program Magister (TAPM) Program Pascasarjana Universitas Terbuka pada:

Hari/Tanggal : Minggu/18 Desember 2016

Waktu : 10:30 WIB

Dan dinyatakan LULUS

PANITIA PENGUJI TAPM

Ketua Komisi Penguji

Nama: Suciati, M.Sc. Ph.D.

Tanda tangan.

Penguji Ahli

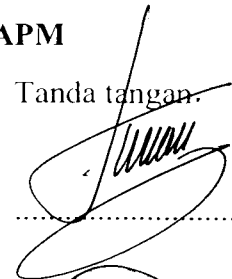
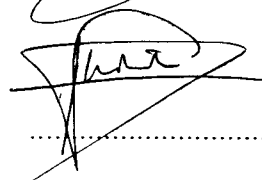
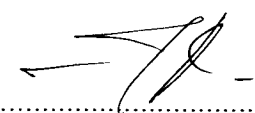

Nama: Prof. Dr. Andrianto Widjaja M.Sc.

Pembimbing I

Nama: Dr. Taufani C. Kurniatun, M.Si

Pembimbing II

Nama: Prof. Ojat Darodjat, M.BUS. Ph.D.


.....

.....

.....

.....

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul TAPM : Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Analisis Jasa Akses Internet Cakupan Terbatas)

Penyusun TAPM : Indra Sari Kusuma Wardhana

NIM : 500636276

Program Studi : Magister Pemasaran

Hari/Tanggal : Minggu/18 Desember 2016

Menyetujui:

Pembimbing II



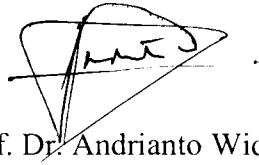
Prof. Ojat Darodjat, M.BUS, Ph.D.
NIP. 19661026 199103 1001

Pembimbing I



Dr. Taufani C. Kurniatun, M.Si.
NIP. 19681107 199802 2001

Penguji Ahli:



Prof. Dr. Andrianto Widjaja, M.Sc.

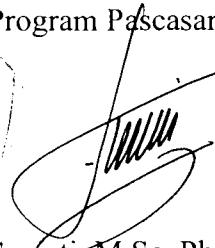
Mengetahui,

Ketua Bidang Ilmu
Ekonomi dan Manajemen
Program: Magister Pemasaran

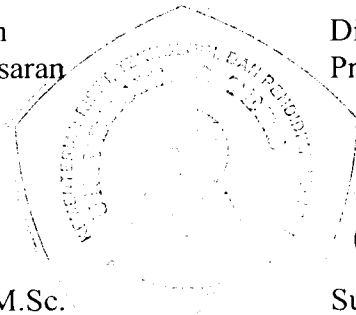


Mohamad Nasoha, SE., M.Sc.
NIP.19781111 200501 1 001

Direktur
Program Pascasarjana



Sucati, M.Sc. Ph.D.
NIP. 19520213 198503 2 001



**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER PEMASARAN**

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Analisis Jasa Akses Internet Cakupan Terbatas) adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Jakarta, Desember 2016
Yang Menyatakan

(Indra Sari Kusuma Wardhana)

NIM 500636276

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER PEMASARAN**

ABSTRAK

**Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan
(Analisis Jasa Akses Internet Cakupan Terbatas)**

Indra Sari Kusuma Wardhana
indraskw@gmail.com

Program Pascasarjana
Universitas Terbuka

Akses internet saat ini adalah salah satu kebutuhan diseluruh kehidupan, baik untuk membantu belajar, membantu menyelesaikan pekerjaan, mencari informasi, dan lainnya. Walaupun telah hadir berbagai perusahaan besar penyedia jasa akses internet yang memiliki jangkauan luas, namun kehadiran penyedia jasa akses internet cakupan terbatas yang dikelola oleh unit usaha mikro masih diminati sebagian masyarakat. Umumnya unit usaha mikro yang memiliki berbagai keterbatasan dan permasalahan, salah satunya menjaga kualitas layanan kepada pelanggan, yang dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan yang dapat berdampak kepada loyalitas pelanggan, namun tetap memiliki peluang untuk berkembang seiring dengan semakin tingginya kebutuhan saat ini. Penelitian ini melakukan analisa kualitas jasa (*ServQual*) pada setiap dimensinya yaitu: bukti fisik, reabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati. Dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner dengan sampel sebanyak 100 responden dari dua unit usaha penyedia jasa layanan akses internet cakupan terbatas di daerah Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan SmartPLS versi 3.2.6 untuk membantu melakukan analisa mengenai hipotesa yang berkenaan dengan pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan alat Excel 365 untuk menghitung proporsi pencapaian setiap dimensi dari kualitas jasa/*service quality* yang dalam penelitian ini berupa jasa yang dirasakan/*perceived service*. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini merupakan pengurangan dari jasa yang dirasakan dengan jasa yang diharapkan, juga proporsi pencapaian loyalitas sebagai hasil kuesioner yang didapat dari 100 responden. Penelitian ini mendeskripsikan bagaimana kualitas jasa dari pengelola jasa layanan internet cakupan terbatas ini dalam memberikan layanan jasa internet kepada pelanggannya. Hasil dari responden kuesioner menyatakan bahwa tingkat kepuasan pada jasa layanan akses internet cakupan terbatas ini kurang baik, dan walaupun secara umum kualitas layanan sudah baik, namun masih terbatas pada nilai yang harus ditingkatkan agar dapat meningkatkan nilai kepuasan pelanggan. Penelitian ini memberikan rekomendasi apa saja hal yang harus ditingkatkan dari komponen utama kualitas jasa/*ServQual* agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Jasa, Kepuasan, Loyalitas *Service*, *Quality*, *ServQual*, Internet.

ABSTRACT

Effect of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty (Analysis of Internet Access Service Limited Coverage)

Indra Sari Kusuma Wardhana
indraskw@gmail.com

Graduate Studies Program
Indonesia Open University

Internet access has now become one of the necessities in modern life society, such as to help us learn, to help complete the work, to search for information, and many more. Although there are many large-scale companies established as internet access providers which have wide range coverage area, but the presence of internet access service providers with limited coverage managed by a micro business unit is still interested in some communities. In general, the micro business unit that has various limitations, one of which is to maintain the quality of service to customers, it can lead to customer dissatisfaction which may impact on customer loyalty. but this still could grow along with the increasing need to gain access to the internet today. This study analyzes the quality of services (*ServQual*) on each dimension, which are: tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy. In this study, using a questionnaire with a sample of 100 respondents from two small scale business units of Internet access service providers with limited coverage area in South Tangerang. This study uses SmartPLS version 3.2.6 to process the data and conduct an analysis of the hypothesis concerning the influence of service quality on customer satisfaction and loyalty. This study uses the tools Microsoft Excel 365 to calculate the proportion of achievement on each dimension of service quality, customer satisfaction and loyalty. Service quality in this research is perceived service. Customer satisfaction in this study is a reduction of perceived services with expected services. The results of the questionnaire respondents stated that their level of satisfaction on internet access service limited coverage is not good, and although in general quality of service is good, but is still limited to a value that should be improved in order to increase the value of customer satisfaction. It draws from the results of the respondents is a good customer loyalty, satisfaction despite the unfavorable conditions, the scale of the measurements made on the results of the questionnaire respondents. This study provides recommendations for the things that should be improved from a major component of quality of services/*ServQual* order to improve customer satisfaction that have an impact on customer loyalty.

Keywords: Satisfaction, Loyalty, Service, Quality, *ServQual*, Internet

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Alloh SWT karena atas berkah dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Program Magister dengan judul “Pengaruh Kualitas Jasa Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Analisis Jasa Akses Internet Cakupan Terbatas)” pada Universitas Terbuka UPBJJ Jakarta ini.

Tugas Akhir Program Magister ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan pendidikan Program Pascasarjana pada Universitas Terbuka.

Pada kesempatan ini, penulis ingin berterimakasih kepada Ibu Dr. Taufani C. Kurniatun, M.Si. dan Bapak Prof. Dr. Ojat Darajat, M.Bus, PhD, yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir Program Magister ini.

Penulis juga berterimakasih kepada istri dan putri kami yang telah memberikan dukungan moril dan materiil selama ini.

Dengan keterbatasan pengalaman, ilmu maupun pustaka yang ditinjau, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir Program Magister ini masih banyak kekurangan dan pengembangan lanjut agar dapat lebih bermanfaat. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar Tugas Akhir Program Magister ini lebih sempurna serta sebagai masukan bagi penulis untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah dimasa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap Tugas Akhir Program Magister ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Pamulang, Desember 2016

Indra Sari Kusuma Wardhana

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Indra Sari Kusuma Wardhana

NIM : 500636276

Program Studi : Magister Pemasaran

Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta / 30 Desember 1973

Riwayat Pendidikan : Lulus SD di SD Tarakanita III pada tahun 1987
 Lulus SMP di SMPN 16 Jakarta pada tahun 1990
 Lulus SMA di SMAN 16 Jakarta pada tahun 1992
 Lulus S1 di STI&K Jakarta pada tahun 1996

Riwayat Pekerjaan : Tahun 1996 s/d 1997 sebagai Data Analyst di
 TIP Project-USAID Jakarta/Nathan Assc., Inc.
 Tahun 1997 s/d 2004 sebagai Research Assistant di
 PEG Project-USAID Jakarta/Nathan Assc., Inc.
 Tahun 2004 s/d 2005 sebagai IT Sys. Manager di
 GIAT Project-USAID Jakarta/Nathan Assc., Inc.
 Tahun 2005 s/d 2005 sebagai IT Consultant di
 ATARP Project-USAID Jakarta/Chemonics., Inc.
 Tahun 2005 s/d 2009 sebagai IT Specialist di
 SENADA Project - USAID Jakarta /
 Development Alternatives, Inc.
 Tahun 2009 s/d 2015 sebagai IT Specialist di
 U.S.-TATF & U.S. MARKET Project
 U.S. Regional Development Mission in Asia -
 Bangkok-Thailand/Nathan Associates, Inc.
 Tahun 2015 s/d sekarang sebagai IT Manager di
 US ACTI Project–U.S. RDMA Bangkok-Thailand/
 Nathan Associates, Inc.

Jakarta, Desember 2016

Indra Sari Kusuma Wardhana
 NIM. 500636276

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Batasan Masalah.....	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Kajian Teori	13
1. Pengertian Kepuasan.....	13
2. Konsep Pengukuran Kepuasan.....	15
3. Kualitas Jasa (Service Quality/ServQual).....	17
4. Loyalitas Pelanggan	28
B. Kerangka Berpikir.....	31
C. Definisi Hipotesis/Operasional	33
1. Hipotesis Penelitian	33
2. Definisi Operasional	33
D. Kajian Terdahulu	43
BAB III	49
METODOLOGI PENELITIAN.....	49
A. Design Penelitian	49
B. Populasi dan Sampel	49

C. Instrumen Penelitian.....	50
D. Prosedur Pengumpulan Data	51
E. Metode Analisis Data	56
BAB IV	58
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Latar Belakang Unit Usaha	58
A.1. Unit Usaha RuTe6Net.....	58
A.2. Unit Usaha C-Cyber.....	59
B. Alur Usaha Jasa Layanan Internet Cakupan Terbatas	60
C. Profil Responden	62
1. Jenis Kelamin.....	62
2. Status Pernikahan.....	63
3. Pendidikan.....	65
4. Usia	66
5. Pekerjaan.....	67
6. Penggunaan Jasa Internet Cakupan Terbatas	68
7. Lama Berlangganan	70
D. Analisa Deskriptif Kualitas Jasa (ServQual), Kepuasan dan Loyalitas	71
1. ServQual/Jasa Layanan Dirasakan (Perceived ServQual)	72
2. Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)	85
3. Loyalitas Pelanggan (Customer Loyalty).....	97
F. Uji Validitas, Uji Reliabilitas Data, Uji Model Struktural (Inner Model) dan Uji Hipotesa	101
1. Uji Validitas	101
2. Uji Reliabilitas	106
3. Uji Model Struktural (Inner Model).....	107
4. Uji Hipotesa	108
F. Pembahasan	111
G. Konfirmasi Ulang Responden.....	113
BAB V	115
KESIMPULAN DAN SARAN.....	115
A. Kesimpulan	115
B. Saran.....	115
B.1. Saran Kualitas Jasa/Service Quality	116
B.2. Saran Kepuasan Pelanggan	120

B.3. Saran Loyalitas Pelanggan/Customer Loyalty	122
C. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	124
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN.....	128
Lampiran 1 – Kuisisioner	128
Lampiran 2 – Tabulasi Data Mentah.....	131
Lampiran 3 - Output SmartPLS versi 3.2.6	139

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Empat Jenis Loyalitas Pelanggan (Dick dan Basu, 1994)
Tabel 2.2.	Operasionalisasi Konsep Kepuasan Pelanggan
Tabel 4.1.	Skala Pengolahan Data
Tabel 4.2.	Hasil Capaian Kualitas Jasa/ <i>ServQual</i> Faktor Bukti Fisik/ <i>Tangibles</i>
Tabel 4.3.	Hasil Capaian Kualitas Jasa/ <i>ServQual</i> Dimensi Bukti Fisik/ <i>Tangible</i> Berdasarkan Profil Pekerjaan Responden
Tabel 4.4.	Hasil Capaian Expected <i>ServQual</i> Faktor Reliabilitas/ <i>Reliability</i>
Tabel 4.5.	Hasil Capaian Kualitas Jasa/ <i>ServQual</i> Dimensi Reliabilitas/ <i>Reliability</i> Berdasarkan Profil Responden
Tabel 4.6.	Hasil Capaian <i>ServQual</i> Faktor Daya Tanggap/ <i>Responsiveness</i>
Tabel 4.7.	Hasil Capaian Kualitas Jasa/ <i>ServQual</i> Dimensi Daya Tanggap/ <i>Responsiveness</i> Berdasarkan Profil Responden
Tabel 4.8.	Hasil Capaian <i>ServQual</i> Faktor Jaminan/ <i>Assurance</i>
Tabel 4.9.	Hasil Capaian Kualitas Jasa/ <i>ServQual</i> Dimensi Jaminan/ <i>Assurance</i> Berdasarkan Profil Responden
Tabel 4.10.	Hasil Capaian <i>ServQual</i> Faktor Empati/ <i>Emphaty</i>
Tabel 4.11.	Hasil Capaian Kualitas Jasa/ <i>ServQual</i> Dimensi Empati/ <i>Emphaty</i> Berdasarkan Profil Responden

- Tabel 4.12.** Dimensi *ServQual* berdasarkan Capaian Responden yang Perlu Ditingkatkan
- Tabel 4.13.** Hasil Capaian Kepuasan Pelanggan/*Customer Satisfaction* Faktor Bukti Fisik/*Tangible*
- Tabel 4.14.** Hasil Capaian Kepuasan Pelanggan/*Customer Satisfaction* Dimensi Bukti Fisik/*Tangible* Berdasarkan Profil Responden
- Tabel 4.15.** Hasil Capaian Kepuasan Pelanggan/*Customer Satisfaction* Faktor Reliabilitas/*Reliability*
- Tabel 4.16.** Hasil Capaian Kepuasan Pelanggan/*Customer Satisfaction* Dimensi Reliabilitas/*Reliability* Berdasarkan Profil Responden
- Tabel 4.17.** Hasil Capaian Kepuasan Pelanggan/*Customer Satisfaction* Faktor Daya Tanggap/*Responsiveness*
- Tabel 4.18.** Hasil Capaian Kepuasan Pelanggan/*Customer Satisfaction* Dimensi Daya Tanggap/*Responsiveness* Berdasarkan Profil Responden
- Tabel 4.19.** Hasil Capaian Kepuasan Pelanggan/*Customer Satisfaction* Faktor Jaminan/*Assurance*
- Tabel 4.20.** Hasil Capaian Kepuasan Pelanggan/*Customer Satisfaction* Dimensi Jaminan/*Assurance* Berdasarkan Profil Responden
- Tabel 4.21.** Hasil Capaian Kepuasan Pelanggan/*Customer Satisfaction* Faktor Empati/*Emphaty*

- Tabel 4.22.** Hasil Capaian Kepuasan Pelanggan/*Customer Satisfaction* Dimensi Empati/*Emphaty* Berdasarkan Profil Responden
- Tabel 4.23.** Hasil Loyalitas Pelanggan/*Customer Loyalty*
- Tabel 4.24.** Hasil Capaian Loyalitas Pelanggan/*Customer Loyalty*
Merekomendasikan jasa layanan RT/RW Net ini kepada orang lain
- Tabel 4.25.** Hasil Capaian Loyalitas Pelanggan/*Customer Loyalty*
Merekomendasikan jasa layanan RT/RW Net ini kepada orang lain
- Tabel 4.26.** Hasil Capaian Loyalitas Pelanggan/*Customer Loyalty*
Merekomendasikan jasa layanan RT/RW Net ini kepada orang lain
- Tabel 4.27.** Hasil Capaian Loyalitas Pelanggan/*Customer Loyalty* Menyatakan hal-hal positif mengenai jasa layanan RT/RWNet kepada teman
- Tabel 4.28.** *Outer Loadings*
- Tabel 4.29.** *Cross Loadings*
- Tabel 4.30.** *Average Variance Extraced (AVE)*
- Tabel 4.31.** *Composite Reliability*
- Tabel 4.32.** *Cronbach's Alpha*
- Tabel 4.33.** *R-Square*
- Tabel 4.34.** *Mean, STDEV, T-Values, P-Values*

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1.** Model Kepuasan/Ketidapuasan Mowen
- Gambar 2.2.** Hubungan antara Harapan, Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Jasa yang Dipahami atau Dipersepsikan
- Gambar 2.3.** Model SERVQUAL - Parasuraman
- Gambar 2.4.** Loyalitas vs Inersia
- Gambar 2.5.** Hubungan Sikap dan Perilaku Loyalitas
- Gambar 2.6.** Kerangka Berpikir
- Gambar 3.1.** Diagram Algoritma PLS
- Gambar 4.1.** Diagram Alur Usaha Penyedia Jasa Layanan Internet Cakupan Terbatas
- Gambar 4.2.** Diagram Loading Factor

DAFTAR GRAFIK

- Grafik 1.1** Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia
- Grafik 1.2** Profil Pengguna Internet Indonesia tahun 2014
- Grafik 1.3** Pekerja Pengguna Internet
- Grafik 4.1.** Jenis Kelamin Responden
- Grafik 4.2.** Status Pernikahan Responden
- Grafik 4.3.** Tingkat Pendidikan Responden
- Grafik 4.4.** Usia Responden
- Grafik 4.5.** Pekerjaan Responden
- Grafik 4.6.** Penggunaan Jasa Akses Internet Cakupan Terbatas
- Grafik 4.7.** Lama Berlangganan
- Grafik 4.8.** Uji-T